



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国房地产行业趋势预测及投资策略报告

一、调研说明

《2008-2009年中国房地产行业趋势预测及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/49133.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

一、房地产行业发展环境分析

(一) 房地产行业简介

- 1、房地产行业定义及范围界定
- 2、房地产发展历史回顾

(二) 政策法律分析

- 1、土地政策成为房地产市场宏观调控的重要手段
- 2、“招拍挂”土地出让制度有利于遏制开发商囤积土地的冲动
- 3、“限外政策”有利于缩小外资投资房地产的获利空间
- 4、一系列金融紧缩政策将对房地产行业产生重要影响

(三) 经济分析

- 1、经济增长状况
- 2、固定资产投资状况
- 3、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 4、城镇人员就业状况
- 5、存贷款利率变化
- 6、财政收支状况
- 7、人民币汇率变化

(四) 社会分析

- 1、人口规模分析
- 2、人口学历结构分析
- 3、城镇人员从业状况分析

(五) 技术分析

- 1、房地产技术发展现状
- 2、房地产技术发展趋势

二、国际房地产市场分析

(一) 房地产国际需求分析

(二) 房地产国际供给分析

(三) 房地产国际市场价格分析

（四）房地产国际区域市场分析

- 1、美国房地产市场分析
- 2、日本房地产市场分析
- 3、香港房地产市场分析

三、国内房地产市场分析

（一）土地市场分析

- 1、土地购置面积分析
- 2、完成土地开发情况

（二）房地产开发资金分析

- 1、我国房地产开发资金来源情况
- 2、我国房地产开发资金来源特点

（三）中国房地产市场需求分析

- 1、行业需求总量分析
- 2、不同用途房地产需求分析

（四）中国房地产市场供给分析

- 1、行业景气分析
- 2、房地产供给总量分析
- 3、不同用途房地产供给分析
- 4、房地产供需平衡分析

（五）中国房地产价格分析

- 1、房地产历年价格波动指数
- 2、房地产价格波动原因分析

（六）中国房地产区域市场分析

- 1、市场结构分析
- 2、重点地区市场分析

（七）中国房地产品牌市场结构分析

- 1、2007沪深房地产上市公司综合实力TOP10
- 2、2007沪深房地产上市公司经济增加值（EVA）TOP10

（八）中国房地产市场特征分析

四、房地产市场竞争分析

（一）市场集中度分析

- 1、房地产业前4名厂商市场占有率
- 2、集中度状态描述及趋势

（二）价值链分析

（三）房地产行业生命周期分析

（四）房地产SWOT分析

- 1、优势（Strengths）分析
- 2、劣势（Weakness）分析
- 3、机会（Opportunities）分析
- 4、威胁（Threats）分析

五、主要厂商分析

（一）万科企业股份有限公司

- 1、公司简介
- 2、经营分析
- 3、财务分析

（二）中国海外发展有限公司

- 1、公司简介
- 2、经营分析
- 3、财务分析

（三）富力地产股份有限公司

- 1、公司简介
- 2、经营分析
- 3、财务分析

（四）保利房地产（集团）股份有限公司

- 1、公司简介
- 2、经营分析
- 3、财务分析

（五）世茂房地产控股有限公司

- 1、公司简介
- 2、经营分析
- 3、财务分析

六、房地产行业发展趋势分析

（一）房地产发展趋势

- 1、政策发展趋势
- 2、产品发展趋势
- 3、竞争结构发展趋势
- 4、技术发展趋势

（二）房地产市场规模预测

（三）房地产市场结构预测

七、房地产行业风险评价

（一）宏观经济波动风险

（二）政策风险

（三）供给风险

（四）价格风险

八、行业发展策略与建议

（一）产品策略

（二）价格策略

- 1、定价策略
- 2、差价策略
- 3、调价策略
- 4、折扣策略

（三）渠道策略

- 1、营销渠道运用要点----广告
- 2、营销渠道运用要点----新闻报道
- 3、营销渠道运用要点----直邮
- 4、营销渠道运用要点----互联网
- 5、营销渠道运用要点----朋友介绍

（四）销售策略

- 1、形象差异化是房地产营销的终点
- 2、客户定位原则

- 3、商业与房地产关系的原则
- 4、主动出击是最重要的营销手段
- （五）服务策略
- （六）品牌策略
- （七）房地产行业投资机会与建议

表目录

- 表1 2007年以来出台的主要土地政策列表
- 表2 近一年来限制外资进入房地产市场的相关政策
- 表3 2006年1季度-2008年2季度各产业国内生产总值增长情况
- 表4 2006年1季度-2008年2季度全国房地产价格指数
- 表5 2006年1季度-2008年2季度全国企业与房地产企业景气指数及企业家信心指数
- 表6 2006年9月-2008年6月国房景气指数及主要分类指数走势
- 表7 2003年-2008年上半年不同用途房地产销售面积及同比增长情况
- 表7 2003年-2008年上半年不同用途房地产投资完成额及同比增长情况
- 表8 截至到2008年上半年房地产上市公司按主营业务收入排名前10
- 表9 行业生命周期的特征
- 表10 部分企业营业收入与净利润状况
- 表11 近三年主要厂商市场份额变化
- 表12 万科财务状况分析
- 表13 保利地产财务状况分析
- 表14 权威机构对未来五年内GDP的预测
- 表15 2008年-2012年国内生产总值预测值
- 表16 权威机构对未来五年内固定资产投资额的预测
- 表17 2008年-2012年固定资产投资额预测值
- 表18 2008年-2012年居民消费水平预测值
- 表19 2008年-2012年房地产销售额预测值
- 表20 2008年-2012年不同用途房地产比重预测值
- 表21 2008年-2012年不同用途房地产销售额预测值

图目录

- 图1 2002-2008年上半年中国国内生产总值及增长情况

图 2 2002-2008年上半年中国固定资产投资额及其增长情况

图 3 2002-2008年上半年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图 4 2004-2008年上半年中国城镇就业人员数量

图 5 1997-2008年上半年中国存款利率变动情况

图 6 1997-2008年上半年中国贷款利率变动情况

图 7 2001-2008年上半年中国财政收支状况

图 8 2001-2008年上半年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重

图 9 2001-2007年中国财政收支结构

图 10 1986-2007年中国人口数量与增长率情况

图 11 2007年末中国人口年龄结构

图 12 2006年末中国学历结构

图 13 2003年-2008年上半年年土地购置面积及其增长率变化分析

图 14 2003年-2008年上半年年完成土地开发面积及其增长率变化分析

图 24 2003年-2008年上半年年房地产开发企业资金来源构成变化情况

图 15 2003年-2008年上半年年我国商品房销售面积及其增长率变化情况

图 16 2003年-2008年上半年年我国商品房销售额及其增长率变化情况

图 16 2003年-2008年上半年年我国住宅销售额及其增长率变化情况

图 16 2003年-2008年上半年年我国商业营业用房销售额及其增长率变化情况

图 16 2003年-2008年上半年年我国写字楼销售额及其增长率变化情况

图 16 2003年-2008年上半年年我国商品房销售的产品结构

图 10 2004年1季度-2008年上半年年4季度全国行业企业与房地产企业景气指数图

图 11 2004年1季度-2008年上半年年4季度企业家信心指数及房地产业企业家信心指数图 17

2003年-2008年上半年年我国房地产投资完成额及增长率变化情况

图 16 2003年-2008年上半年年我国房地产新开工面积及其增长率变化分析

图 17 2003年-2008年上半年年我国房地产施工面积及其增长率变化分析

图 18 2003年-2008年上半年年我国房地产竣工面积及其增长率变化分析

图 17 2003年-2008年上半年年我国住宅投资完成额及增长率变化情况

图 18 2003年-2008年上半年年我国商业营业用房投资完成额及增长率变化情况

图 19 2003年-2008年上半年年我国办公楼投资完成额及增长率变化情况

图 20 2003年-2008年上半年年我国商品房平均售价及其增长率变化分析

图 21 2007年1月-2008年上半年年12月全国70个大中城市房屋销售价格指数变动情况

图14 2002年-2008年上半年年住宅季度价格指数走势图

图14 2002年-2008年上半年年商业营业用房季度价格指数走势图
图14 2002年-2008年上半年年办公楼季度价格指数走势图
图16 2004年-2008年上半年年房地产行业CR4值变化情况
图20 近三年住宅行业品牌市场结构变化
图21 房地产开发产业价值链
图22 2002年-2008年上半年年万科主营业务收入及其增长率变化情况
图23 2008年上半年年万科主营业务收入构成（按业务分）
图24 2008年上半年年万科主营业务收入构成（按区域分）
图25 2002年-2008年上半年年中海发展营业额及其增长率变化情况
图26 2008年上半年年中海发展营业额构成（按业务分）
图27 2003年-2008年上半年年中海发展本年利润及其增长率变化情况
图28 2002年-2008年上半年年富力地产营业额及其增长率变化情况
图29 2008年上半年年富力地产营业额构成（按业务分）
图30 2008年上半年年富力地产商品房销售额构成（按区域分）
图31 2002年-2008年上半年富力地产净利润及其增长率变化情况
图32 2003年-2008年上半年年保利地产主营业务收入及其增长率变化情况
图33 2008年上半年年保利地产主营业务收入构成（按产业分）
图34 2008年上半年年保利地产主营业务收入构成（按区域分）
图35 2003年-2008年上半年世茂地产营业额及其增长率变化情况
图36 2008年上半年年世茂地产营业额构成（按业务分）
图37 住宅销售额与GDP的散点图与相关图
图38 住宅销售额与固定资产投资额的散点图与相关图
图39 住宅销售额与居民消费水平的散点图与相关图
图40 住宅销售面积与GDP的相关图
图41 住宅销售面积与固定资产投资额的相关图
图42 住宅销售面积与居民消费水平的相关图
图35 房地产营销推广渠道示意图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49133.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。